

VERGELIJKINGSSITES SUCCESVOL MAAR NIET ALTIJD BETROUWBAAR

De vergelijker vergeleken

JAN LIBBENGA

In januari nam Sanoma Digital Energieprijzen.nl over. Daarmee lijkt een belangrijke trend gezet: de consument vertrouwt steeds vaker op verticale vergelijkingssites.

Hoeveel uitgeverij Sanoma ervoor heeft betaald is niet bekend, maar het zal vast niet weinig zijn geweest: Energieprijzen.nl is een onafhankelijke site die de producten, prijzen en contractvoorwaarden van energieleveranciers naast elkaar zet en de overstap faciliteert naar een andere aanbieder.

Volgens uitgever performance based bij Sanoma Digital, Sander ten Dam (zie ook pg 18) zal het niet bij deze ene aankoop blijven. "Wij zien dat consumenten zich steeds vaker online oriënteren op producten en diensten."

Meer dan een derde van de consumenten koopt inmiddels op internet een product via een van de vergelijkingssites en zoekt niet verder op internet of in een winkel, stelde GfK Retail and Technology vorig jaar al vast. Zes van de meest gebruikte vergelijkingssites zijn goed voor 83 procent van alle zoekopdrachten.

In Nederland worden vooral Kieskeurig, Beslist en Vergelijk vaak geraadpleegd. Adverteerders hebben de verschuiving ook al opgemerkt. De reisbranche spendeert haar marketingbudget tegenwoordig liever aan reisvergelijkers dan aan adwords bij Google. Bezoekers gebruiken Google nog wel voor een eerste zoekopdracht, maar zoeken verder bij een vertical.

DE DIEPTE IN Sander ten Dam verwacht dat Sanoma Digital meerdere vergelijkeners zal overnemen. "Er is weinig dat niet meer wordt vergeleken, al is het wel zo dat vergelijkeners nog te weinig rekening houden met persoonlijke voorkeuren. Ik verwacht dan ook dat vergelijkeners de diepte in zullen gaan."

De betrouwbaarheid van vergelijkingssites is ook nog wel een punt van zorg. De Nederlandse Zorgautoriteit trok eind 2007 al aan de bel na een onderzoek naar vergelijkingssites voor zorgverzekeringen. Adviesbureau Berenschot plaatste eveneens forse kanttekeningen en stelde vast dat in 47 procent van de gevallen de op de site genoemde prijs niet overeenkomt

met de prijs die de consument uiteindelijk bij de webshop moet betalen.

De Energiekamer, onderdeel van de Nederlandse Mededingingsautoriteit, heeft flink wat kritiek geleverd op energievergelijkeners. Nog zeer recent heeft de Reclame Code Commissie een reisvergelijker op de vingers getikt. Het bedrijf, Hypotheeklead Marketing Solutions, gaf toe dat de genoemde energie-aanbieders allen een vergoeding hebben betaald om hun naam in de weergegeven vergelijking te laten opnemen. "De controle mag scherper," vindt Edmond Hilhorst van Independer.nl, een van de oudste vergelijkingssites van ons land. "Als je niet uitkijkt, wordt dit een grijs gebied." Independer is weliswaar zelf bemiddelaar voor hypotheekproducten - men krijgt bijvoorbeeld 200 euro voor een afgesloten verzekering - maar zorgt wel voor een betrouwbare weergave van de tarieven.

Andere modellen worden nog te weinig overwogen. Egbert van de Coevering heeft met Datischetverschil.nl nog altijd de enige prijsvergelijker waar de klant betaalt. De site richt zich op arbeidsongeschiktheidsverzekeringen voor zelfstandig ondernemers. De klant betaalt eenmalig 895 euro en jaarlijks 66 euro voor het beheer van de polis. Van de Coevering zegt dat de klant daarmee voordeliger uit is dan wanneer hij rechtstreeks een verzekering afsluit.

Bereikcijfers (STIR: 2009)

- > **Kieskeurig.nl:** 13,5 procent
- > **Beslist.nl:** 12,9 procent
- > **Vergelijk.nl:** 10,7 procent
- > **Kelkoo.nl:** 8,9 procent
- > **Ciao-shopping.nl:** 8,5 procent
- > **Prijsvergelijk.nl:** 2,5 procent

'ALS JE NIET UITKIJKT, WORDT DIT EEN GRIJS GEBIED'

